

Tra teoria e pratica: Materia un incontro per utilizzare al meglio LinkedIn nel recruiting

Pubblicato: Lunedì 26 Maggio 2025



Lunedì 26 maggio a **Materia**, il nuovo spazio libero di *VareseNews* si è tenuto il primo dei tre workshop in programma su LinkedIn e guidati da **Alessandro Gini**. A seguito dei saluti iniziali di Marco Giovannelli, direttore di *VareseNews* che ha presentato la sede alle aziende presenti all'incontro, si è subito entrati nel tema.

«Io non lavoro per *LinkedIn*, sono un formatore consulente indipendente. Parlo di *LinkedIn* perché mi sono innamorato di questo strumento anni fa per ricercare clienti», spiega subito Gini, facendo riferimento al primo utilizzo della piattaforma nel 2009. «In quell'anno parlare di LinkedIn era una cosa nuova, insolita. **Ho deciso di diventare uno specialista per aiutare le aziende a scoprire quello che ho studiato e imparato negli anni**» ha poi proseguito.

Prima di spiegare cosa sia l'*employer branding* e capire come sfruttare *LinkedIn* per fare un buon lavoro di recruiting Gini ha affrontato i problemi che le aziende si trovano ad affrontare nella fase di *recruiting*. **Parlando in termini di percentuali l'86% dei candidati valuta l'azienda ancora prima dell'offerta**, il 55% rinuncia per via delle recensioni e il 70% fa un'analisi approfondita prima di presentare la candidatura.

Durante l'incontro, Gini ha offerto una panoramica chiara e aggiornata su come utilizzare *LinkedIn* non solo per pubblicare annunci, ma anche per costruire una reputazione aziendale attrattiva, intercettare i

profili migliori e potenziare l'employer branding. In un contesto in cui oltre 2.000 professionisti in provincia di Varese hanno cambiato lavoro negli ultimi 90 giorni, e dove solo una piccola parte delle aziende sfrutta davvero LinkedIn, l'evento ha rappresentato un'occasione per imparare a usare al meglio uno degli strumenti più potenti nel panorama del recruiting 2025.

L'employer branding serve per promuovere un'immagine positiva ma non solo.

Esistono infatti una serie di dettagli che possono fare la differenza, tra questi: il profilo completo di informazioni, aver una keyword per facilitare la ricerca, una buona descrizione della pagina aziendale. «Avere un buon *employer branding* vuol dire avere una riduzione dei costi di selezione, candidature qualificate, una riduzione del turnover aziendale è una cultura aziendale valorizzata» ha aggiunto Alessandro Gini.

Ma non basta dare una buona immagine di se, serve anche avete un buon repertorio di contenuti: frequenza (pubblicare almeno due volte al mese), varietà (mixare diverse tipologie di temi, contenuti e formati) e persone (almeno il 30% dei post deve riguardare le persone).

«L'ultimo punto di cui tenere in considerazione per fare un buon employer branding è il coinvolgimento dei dipendenti. **Fiducia e autenticità, algoritmo e contatti.** Ciò che genera fiducia nelle persone sono proprio le persone» così ha concluso il primo dei tre incontri Alessandro Gini.

L'evento ha evidenziato infatti l'importanza di strategie moderne per attrarre i talenti giusti, sottolineando come LinkedIn possa essere utilizzato efficacemente per costruire un employer branding solido e attrarre candidati qualificati.

Il prossimo workshop "LinkedIn® migliora davvero le vendite B2B?" è in programma per lunedì 9 giugno, ore 17:30 – per iscriversi [CLICCARE QUI](#)

di Chiara Ferraro